

## **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)**

**Sofie Primadany Putri**

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi, <sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia  
Jl.Kapt. Mukhtar Basri No.3 Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara

*sofie.pputri@gmail.com*

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, Biaya Promosi, Biaya Produksi, terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang sudah go public yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), terdapat 33 perusahaan makanan dan minuman yang sudah terdaftar dalam BEI. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode purposive sampling karena teknik pengambilan sampel perusahaan dilakukan berdasarkan kriteria maka di dapatkan 10 sampel perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode pengumpulan data menggunakan Dokumentasi, Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Terdapat pengaruh Signifikan Biaya Produksi terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, terdapat pengaruh Signifikan Biaya Promosi terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, dan terdapat Pengaruh Signifikan Biaya Promosi Dan Biaya Produksi, terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.*

**Kata Kunci :** *Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Laba.*

## 1. PENDAHULUAN

Pada umumnya perusahaan didirikan untuk mendapatkan pendapatan atau laba yang semaksimal mungkin agar kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin, sehingga dapat selalu mengusahakan perkembangan lebih lanjut. Tujuan operasional dari perusahaan adalah untuk mengoptimalkan profit, baik profit jangka pendek maupun profit jangka Panjang ( Nainggolan, E. P.2021 ) dan membuat nilai perusahaan menjadi lebih baik, ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan. Ada beberapa faktor tersebut yang memiliki hubungan dan pengaruh terhadap nilai perusahaan yang konsisten ( Kalsum, U. 2017). Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Untuk dapat menghasilkan laba, suatu perusahaan harus memiliki produk yang dapat dijual kepada masyarakat.

Kinerja manajemen perusahaan tercermin pada laba yang terkandung dalam laporan laba rugi ( Zurriah, R. 2017) dan Menurut (Kasmir, 2015, hal 303) laba bersih atau net profit merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak serta dividen, kebanyakan dividen menyebabkan pengurangan saldo laba perubahan-perubahan yang paling sering terjadi dalam laba diakibatkan oleh laba dan dividen". Laba bersih yang diperoleh perusahaan sebagian diberikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen, sebagian lagi disisihkan menjadi laba ditahan karena itu tingkat pembayaran dividen yang dilakukan oleh perusahaan bervariasi tergantung kebijakan perusahaan (Saragih, 2012) laba akuntansi merupakan salah satu informasi yang sering dijadikan para investor untuk pengambilan keputusan. Salah satu unsur yang mempengaruhi laba adalah biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada saat proses produksi baik biaya produksi maupun biaya operasional. Keberhasilan suatu perusahaan berkaitan erat dengan perolehan laba di setiap periodenya. Laba seringkali menjadi indeks keberhasilan sebuah perusahaan. Tujuan utama bagi perusahaan yang berorientasi profit pastilah selalu berusaha untuk mendapatkan laba. Menurut (Hery, 2017) laba adalah sebelum pajak penghasilan dikurang dengan pajak penghasilan akan diperoleh laba atau rugi bersih.

Laba dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal perusahaan, contoh dari faktor eksternal adalah banyaknya persaingan bisnis yang semakin mendunia. Pada umumnya ukuran yang sering kali digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dengan melihat laba yang diperoleh perusahaan. Menurut (Mulyadi, 2019), bahwa faktor yang mempengaruhi laba yang didapatkan suatu perusahaan adalah biaya, dimana biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan

Produksi merupakan kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan barang dan jasa. Istilah produksi cenderung dikaitkan dengan pabrik, mesin, maupun lini perakitan karena pada mulanya teknik dan metode dalam manajemen produksi memang dipergunakan untuk mengoperasikan pabrik atau kegiatan lainnya ( Sembiring dan Siregar, 2018). Dan menurut (Mulyadi, 2019) bahwa biaya produksi merupakan biaya- biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual. Dimana biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Sedangkan menurut (Harnanto, 2017), biaya produksi adalah biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk, meliputi biaya baik langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi merupakan sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran, nilai keluaran diharapkan lebih besar dari pada masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut sehingga kegiatan organisasi dapat menghasilkan laba.

Menghemat biaya produksi adalah salah satu cara seorang produsen untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalisir kerugian. Tentunya ketika dalam sebuah usaha yang baik kita dapat mengeluarkan biaya produksi dengan efisien namun dengan pendapatan yang maksimal. Menurut (Rustami *et al.*, 2014) bahwa kemampuan perusahaan

dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh dan jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan, maka diharapkan laba meningkat, sedangkan jika biaya produksi meningkat tetapi volume penjualan menurun dan kurangnya promosi, maka laba akan menurun.

Menurut (Harnanto, 2017) bahwa Biaya promosi merupakan penjumlahan dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Suatu perusahaan memproduksi barang dengan kualitas yang baik, harga relatif murah dibandingkan pesaing, dan tersebar ke berbagai tempat tetapi apabila calon pembeli tidak diberi tahu adanya produk tersebut, diingatkan atau dibujuk untuk membelinya, maka produk tersebut tidak akan bisa laku dan segala sesuatu yang dilakukan akan sia-sia. Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan mereka beli. Keputusan yang selalu diharapkan oleh produsen, apakah pesan yang disampaikan lewat promosinya telah dapat menjangkau pasar yang telah diharapkan atau belum. Apabila telah menjangkaunya berarti mencerminkan keberhasilan promosinya dan sudah tentu akan meningkatkan permintaan. Kegiatan promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai pastinya membutuhkan biaya. Biaya-biaya ini disebut dengan biaya promosi.

Menurut (Rangkuti, 2013) bahwa Biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen. Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan mereka beli. Keputusan yang selalu diharapkan oleh produsen, apakah pesan yang disampaikan lewat promosinya telah dapat menjangkau pasar yang telah diharapkan atau belum. Apabila telah menjangkaunya berarti mencerminkan keberhasilan promosinya dan sudah tentu akan meningkatkan permintaan serta penjualan. Besarnya biaya promosi yang ditetapkan oleh perusahaan untuk memasarkan produk, berpengaruh terhadap laba. Besarnya Biaya Promosi yang dikeluarkan diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan meningkatnya penjualan, maka laba yang akan diperoleh meningkat juga (Rustami, 2014).

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia. Sektor industri makanan dan minuman karena merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan. Seiring meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, volume kebutuhan terhadap makanan dan minuman pun terus meningkat. Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan cepat saji menyebabkan banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru di bidang makanan dan minuman. Dan walaupun di tengah kasus covid 19 yang menimpa dunia, perusahaan makanan dan minuman tetap jalan tanpa terpengaruh sama sekali karena makanan dan minuman sudah menjadi kebutuhan pokok sama sekali bagi manusia.

Oleh karena itu persaingan antar perusahaan pun semakin kuat. Dengan persaingan yang semakin kuat ini menuntut perusahaan untuk memperkuat fundamental agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis. Pertumbuhan sektor industri ini lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh oleh musim atau terjadinya perubahan kondisi perekonomian secara inflasi atau dengan kata lain, kelancaran produk perusahaan makanan dan minuman akan tetap terjamin karena sektor ini bergerak pada bidang industri pokok manusia. Hal itu disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan dan minuman yang tidak akan berhenti meskipun dalam kondisi apapun. Melihat kondisi ini lah maka banyak perusahaan-perusahaan yang tertarik untuk masuk ke dalam sektor makanan dan minuman dan menjadi target yang banyak diminati oleh para investor.

Alasan memilih perusahaan makanan dan minuman dalam penelitian ini sektor makanan dan minuman adalah salah satu sektor yang diharapkan memiliki prospek cukup cerah di masa mendatang, karena sampai kapan pun kita sebagai makhluk hidup pasti membutuhkan makanan dan minuman. Berikut ini adalah Biaya Produksi dan Biaya Promosi Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 hingga 2020 : besarnya biaya operasional akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan, maka semakin besar nilai biaya operasionalnya maka laba yang didapatkan akan semakin kecil begitu pula sebaliknya jika biaya promosi dapat diminimalkan maka laba yang dihasilkan akan lebih maksimal. Hasil penelitian (Rustami, 2014), menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh

terhadap laba bersih, sedangkan pada penelitian (Felicia & Gultom, 2018) menunjukkan bahwa biaya operasional tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**

## 2. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Dalam buku Sugiono (2017), pendekatan asosiatif adalah pendekatan yang bersifat menanyakan hubungan antara dua atau lebih. Penelitian ini menggunakan data sekunder dimana data yang diperoleh dari laporan keuangan dengan cara melakukan browsing pada situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena dalam penelitian ini lebih menekankan pada pengukuran variabel-variabel penelitian dengan menggunakan angka atau bilangan yang menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistik. Data yang dipakai tersebut yaitu laporan keuangan tahunan yang telah resmi diterbitkan dalam situs resmi Bursa Efek Indonesia. Metode kuantitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penjualan pada perusahaan makanan dan minuman tentang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian yang dimulai dari tahun 2018 hingga tahun 2020.

## 3. HASIL

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis pertama, bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Berdasarkan hasil analisis dapat dinyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang menunjukkan bahwa Variabel Biaya Produksi dengan Laba hal ini thitung  $9,483 > t_{tabel} 1,69726$ . Ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh antara Biaya Produksi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,00 sedang taraf signifikan  $\alpha$  yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig  $0,00 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  di terima, ini berarti ada pengaruh positif yang signifikan antara Biaya Produksi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi hanya terdapat dalam perusahaan industri, karena kegiatan perusahaan industri bersifat lebih luas yaitu mencakup semua fungsi usaha produksi, pemasaran dan administrasi. Biaya produksi tersebut menjadi penentu besarnya harga jual dari suatu produk atau jasa yang nantinya akan mempengaruhi besarnya laba yang diperoleh. Untuk itu perusahaan menekan pengeluaran biaya, yang khususnya dengan kegiatan proses produksi, baik mengenai biaya pendapatan bahan baku, biaya yang dikeluarkan untuk bahan penolong, biaya tenaga kerja, dan penyusutan peralatan (Agustin et al., 2016). Semakin baik perusahaan menggunakan dananya untuk menghemat biaya produksi maka semakin meningkat kemampuan perusahaan mendapatkan laba bersih. Oleh sebab itu untuk memperoleh laba yang tinggi perlu diperhatikan besar biaya produksi yang dikeluarkan dengan cara mengendalikannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sembiring and Siregar 2018) dan (Antono, Suhendri, and Putri 2021) menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih, dimana semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka semakin tinggi laba yang akan didapatkan. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Susilawati 2019) menunjukkan tidak ada pengaruh antara biaya produksi dengan laba yang diperoleh perusahaan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maryana and Samania 2021), (Nlingsih 2021) dan (Pasaribu and Hasanuh 2021) bahwa terdapat pengaruh antara biaya produksi terhadap laba.

#### 4. PEMBAHASAN

##### **Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Biaya Promosi berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Laba dimana  $t_{hitung} = 0,303$  dan  $t_{tabel}$

$= 1,69726$ . Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh antara Biaya Promosi dengan Laba, demikian juga sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh antara Biaya Promosi dengan laba. Didalam hal ini  $t_{hitung} 0,303 < t_{tabel} 1,69726$ . Ini berarti tidak terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh antara Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,764 sedang taraf signifikan  $\alpha$  yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig 0,764 > 0,05, sehingga  $H_0$  di tolak, ini berarti ada tidak ada pengaruh positif antara Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

Biaya promosi adalah cara perusahaan atau teknik perusahaan untuk menyampaikan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan, bisa melalui papan nama, pers, poster, radio, televisi, media sosial dan lain-lain, tentu memiliki tujuan yaitu supaya dapat menarik hati pelanggan pada produk yang telah dihasilkan perusahaan (Widnyana, 2014).

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Radella, Saebani, and Maulana 2021) bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap perubahan laba bersih, Artinya, hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan manufaktur di Indonesia, biaya promosi tidak berpengaruh terhadap perubahan laba bersih. Oleh karena itu, jika biaya promosi meningkat di tahun depan, belum tentu laba bersihnya meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Akan tetapi tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muslim 2020) yang mengatakan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap Laba.

##### **Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Terhadap Laba**

Hasil penelitian menunjukkan  $F_{hitung} 91,323 > F_{tabel} 3,32$ . Ini berarti terdapat pengaruh positif antara Biaya Produksi Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan  $\alpha$  yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig 0,000 < 0,05, sehingga  $H_0$  di terima ini berarti ada pengaruh positif yang signifikan antara Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk men golah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Bahan bakumengalami ketidakstabilan yang diakibatkan naik turun nya harga pokok dipasaran yakni kedelai. Pada dasarnya masalah yang timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (realisasi biaya). Oleh sebab itu untuk dapat mencapai produk yang efisien diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan. Dalam hal ini perusahaan untuk menarik konsumen memperebutkan peluang posisi mengharuskan perusahaan untuk melakukan kegiatan promosi Hasil penelitian terdahulu (Antono, Suhendri, and Putri 2021) dalam penelitian membuktikan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih

Penelitian yang dilakukan Endang Susilawati dengan judul "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi perusahaan Rokok PT. Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017)" menunjukkan bahwa biaya produksi (X1) dan Biaya Promosi (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Laba Bersih (Y) pada perusahaan PT. Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017.

#### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

- 2) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh antara Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.
- 3) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara Biaya Produksi Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

## REFERENSI

- Agustin (2016). Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. Skripsi Swastha.
- Antono, Y. V., Suhendri, H., & Putri, S. A. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019). *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 144–151.
- Astuti, R., Ardila, I., Lubis, R. R. (2021) Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse
- Sembiring, M., & Siregar, S. A. (2018). Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih. *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, 2(3), 135-140
- Kalsum, U. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Kinerja Keuangan dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia BEI. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 8(1), 130-137.
- Zurriah, R. (2017). Pengaruh good corporate governance, arus kas bebas, ukuran perusahaan dan leverage terhadap praktek manajemen laba (studi pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 3(1).
- Nainggolan, E. P., & Febriansyah, A. R. (2021, August). Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Biaya Operasional terhadap PPh Badan Terutang pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, pp. 27-33).
- Saragih, F. (2012). Pengaruh Laba Bersih Dan Arus Kas Operasi Terhadap Dividen Kas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.